

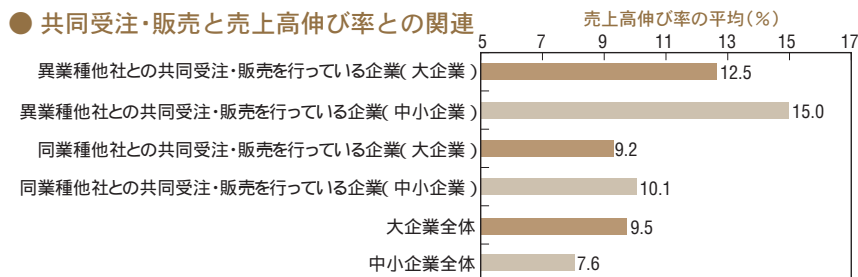
数字で見る経済

～大企業より効率的～
中小企業の「挑戦」と業績の関係

水元 雅巳(みずもとまさみ)

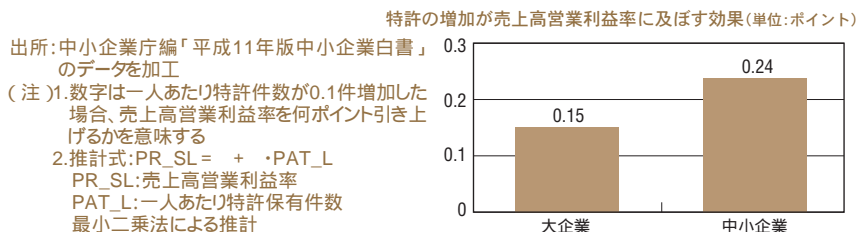
1975年生まれのみずがめ座。大手都市銀行に入行後、「大阪経済の動向に深く関わっている中小企業の実態が知りたい!!」との思いを胸に大阪都市経済調査会へ。「数字のことなら何でもお任せ」の頼れる男だが、実はギャングラー。好きな言葉は「臨機応変、出たとこ勝負」。趣味は釣。

15.0% 異業種他社との共同受注・販売を行っている中小企業の売上高伸び率



出所:中小企業庁編「平成11年版中小企業白書」のデータを加工
(注)売上高伸び率=(平成8年度売上高-平成6年度売上高)/平成16年度売上高

0.24ポイント 従業員一人あたり特許の利益率押し上げ効果



企業にとっての「挑戦」には実にさまざまな種類があることと思います。今回は、その中からいくつかの「挑戦」を取り上げて、これらの「挑戦」が中小企業をどのように変えるものなのかを見てみることにしましょう。

左のグラフは、共同受注・販売に取り組んでいる企業の売上高がどれほど上がっていくものなのかを示しています。共同受注・販売というのは、顧客の範囲を協力して広げていく試みとしてはオーソドックスなものの一つですが、このグラフの印象深いところは、共同受注・販売を行うにしても中小企業の方が売上げの拡大効果が大きいことと、同業種よりも異業種と組んだ共同受注・販売の方がより有効であることが示されている点です。

左のグラフも、似たような結果を出しています。このグラフは、一人あたり特許数の増加が売上高営業利益率(すなわち「利益率」です)の上昇にどれだけ貢献するかを大企業と中小企業に分けて示しています。ここでわかるのは、中小企業が研

究開発を行い、特許を取得した場合の効果は大企業を上回るということです。

共同受注・販売や特許の取得といった「挑戦」の結果が、大企業よりも中小企業において大きな効果を見せるというのは興味深い傾向ですが、これは、次のような簡単な理屈で説明がつけます。売上高500万円を1,000万円にすると、売上高5,000億円を1兆円にするのはどちらが簡単でしょうか？ おそらく前者ではないでしょうか？ 中小企業というのは、売上げや利益、資本の規模が「中小」であるという意味ですが、このことは逆に非常に大きな成長が、大企業に比べれば容易に実現できるということを意味します。ここで挙げた二つの例——共同受注・販売と特許取得の業績に与える効果は、中小企業の成長のポテンシャルの大きさを物語っています。「挑戦」というのは、中小企業でやった方が「割に合う」ものだと言えるでしょう。